

Turismo sostenibile e *stakeholder model*

LUCA SAVOJA*

Per verificare la praticabilità di modelli di gestione riconducibili alla Stakeholder Theory pochi contesti paiono altrettanto adatti come quello della sostenibilità.

L'idea di sostenibilità, insieme a quella di azione economica, è all'origine di una vastissima riflessione che ha come fulcro il concetto di sviluppo sostenibile. Lo sviluppo sostenibile è stato analizzato, valutato, progettato e perseguito a diversi livelli: da quello più macro della sostenibilità globale delle attività umane sino a quelle più micro in cui "nanoprogetti" vengono monitorati alla stregua di vere e proprie prove sperimentali. In mezzo a questi poli esiste poi un'ampia e articolata dimensione meso dove la sostenibilità viene studiata con riferimento ad ambiti territoriali che, seppur limitati, rappresentano degli ecosistemi complessi.

Lo scopo di queste note non è certo discutere sulla "bontà" concettuale e sulla praticabilità dell'idea di sviluppo sostenibile; piuttosto si vogliono esaminare brevemente alcuni aspetti dell'applicazione di forme democratiche di gestione e uso delle risorse quando tale gestione e tale uso si dichiarano sostenibili.

Il discorso è limitato ad un ambito ristretto e particolare rappresentato dal cosiddetto ecoturismo¹ (inteso come espressione concreta dell'idea di turismo sostenibile).

In effetti, all'interno del dibattito sullo sviluppo sostenibile, il cosiddetto turismo sostenibile occupa una posizione definita e di un certo rilievo soprattutto per quanto riguarda le attività economiche che concretamente perseguono la sostenibilità.

Il rilievo della sostenibilità nelle attività turistiche è ben spiegato dalla natura posizionale di gran parte dei beni/servizi fruiti dai turisti (Hirsch, 1981). Le risorse turistiche infatti, per mantenere una qualità adeguata e per continuare ad esistere nel tempo, dovrebbero essere fruiti "sempre" nella maniera più sostenibile possibile pena, appunto, il loro progressivo scadimento qualitativo e addirittura la loro scomparsa (è il caso ad esempio di alcune porzioni del litorale mediterraneo). Per questo, in campo turistico l'idea di sostenibilità si è ormai consolidata non solo come specifico commerciale in grado di caratterizzare alcune tipologie di consumo di recente successo (ecoturismo, turismo naturalistico, turismo solidale, ...) ma anche come imperativo gestionale necessario per l'allungamento del ciclo di vita delle località turistiche e per la possibilità di offrire un prodotto in grado di soddisfare le aspettative di turisti/consumatori sempre più sensibili alle caratteristiche di naturalità e di genuinità dei prodotti (Fabris, 2003).

* Dipartimento di Scienze Sociali, Università degli Studi di Torino.

1. La questione della sostenibilità

L'aggettivo sostenibile si è affermato anche nel linguaggio comune fino a rappresentare un sigillo di qualità. Questo "successo di immagine" tuttavia non è supportato da una sufficiente chiarezza in merito al significato operativo del concetto di sostenibilità.

L'uso così frequente dell'aggettivo sostenibile serve più che altro a conciliare simbolicamente tensioni che nella società moderna sono state a lungo percepite come antagoniste. Lo sviluppo sostenibile concilia due aspetti che stanno a cuore alla collettività: l'equità sociale, declinata in senso sincronico e diacronico, e la crescita economica (Pellizzoni, Osti, 2003). In effetti lo sviluppo sostenibile pare la quadratura del cerchio tra i due universi contrapposti della crescita illimitata e della crescita zero.

L'etichetta "sostenibile" appare, in una prospettiva esclusivamente ecologica, nei lavori di alcuni organismi internazionali durante gli anni Ottanta. La prima accezione di sostenibilità proviene dalle scienze naturali e fa riferimento alla capacità di sopportazione di un ecosistema. Tale capacità dipende dalla combinazione di due fattori, il livello minimo di riproducibilità biologica dell'ecosistema (capitale naturale critico) e la quantità di presenze e di rifiuti sopportabili dallo stesso ecosistema senza mettere a rischio il suo capitale naturale critico (capacità di carico). Dalla necessità di non oltrepassare la capacità di carico dell'ambiente deriva il concetto di sviluppo sostenibile la cui definizione "ufficiale" è attribuita alla World Commission on Environment and Development presieduta dall'allora premier norvegese Gro Bruntland. Nel rapporto Bruntland lo sviluppo sostenibile è "uno sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri" (WCED, 1988). La sostenibilità viene quindi intesa come un uso equo delle risorse disponibili anche rispetto alle esigenze dei soggetti esclusi, come le generazioni future o gli individui emarginati. La sostenibilità è forte quando esiste l'impegno di tramandare le stesse risorse mentre è debole se si prevede di lasciare a chi ci seguirà delle "risorse equivalenti" in base al principio della sostituibilità (vale a dire risorse in grado di mantenere comunque lo stesso livello di capitale naturale disponibile) (Pearce, Turner, 1993).

Non sono mancate le critiche all'idea di sostenibilità debole, critiche provenienti in particolare dai rappresentanti della corrente di pensiero nota come "ecologia profonda" (Devall, Session, 1989) secondo i quali lo sviluppo sostenibile così inteso si fonda sull'ambiguità tra sviluppo e crescita ed ignora totalmente l'esistenza di limiti ecologici assoluti. In particolare Gilbert Rist considera l'idea di sviluppo sostenibile come una mistificazione capitalista: "esso placa i timori provocati dagli effetti della crescita economica per impedirne la radicale messa in discussione. Anche se il miraggio è seducente non bisogna farsi ingannare: quel che si vuole fare durare è proprio lo sviluppo e non la capacità dell'ecosistema o della società di sopportarlo" (1997, p. 197).

In effetti, fino a che la sostenibilità muove da una prospettiva forte è impensabile che possa essere coniugata con lo sviluppo così come quest'ultimo viene inteso in una prospettiva capitalista. Al contrario, pur traducendosi con molte difficoltà in stru-

menti di programmazione, la sostenibilità (in versione debole o molto debole) si è affermata come elemento fondamentale nella riflessione contemporanea a partire dall'Earth Summit di Rio de Janeiro del 1992.

Il concetto di sostenibilità si è andato progressivamente ampliando e, allontanandosi definitivamente da una concezione forte, ha acquisito un profilo multidimensionale che lo rende, meno "accettabile" ma più "praticabile". In altri termini, l'idea di sviluppo sostenibile si è relativizzata ed ha perso buona parte della sua spinta rivoluzionaria; tale trasformazione tuttavia ha reso il concetto di sostenibilità impiegabile ad un livello più empirico e in ambiti diversi da quello ambientale in senso stretto.

Ambito locale e multidimensionalità si affermano dunque come tratti caratterizzanti dello sviluppo sostenibile nella sua versione contemporanea più accreditata. Non è un caso che nel 2002, 10 anni dopo la Conferenza di Rio de Janeiro, si tiene a Johannesburg il "Summit mondiale dello sviluppo sostenibile" durante il quale, pur senza raggiungere risultati eclatanti, si riafferma il principio che è sostenibile quello sviluppo che diminuisce le pressioni sull'ecosistema ma che si preoccupa anche della tutela dei diritti umani, della fine della povertà, di modelli accettabili e condivisi di produzione e di consumo, di salvaguardia della salute e della facilitazione del trasferimento di tecnologie verso i Paesi più poveri.

2. I caratteri multidimensionali dello sviluppo sostenibile

Uno dei punti forti che emergono dalle considerazioni precedenti è quello dell'importanza progressiva delle dimensioni non ambientali della sostenibilità; infatti è ormai generalmente accettata la prospettiva secondo la quale lo sviluppo sostenibile dovrebbe essere tale non solo in relazione all'ambiente ma anche da un punto di vista economico e sociale (Davico, 2004).

La dimensione ambientale fa riferimento alla tutela della biodiversità, alla salvaguardia degli equilibri ecosistemici ed alla possibilità di riprodurre le risorse utilizzate. Nel suo complesso la sostenibilità ambientale si ricava da un bilancio tra i consumi della popolazione di una certa area e le risorse disponibili nella stessa area. A ciò occorre aggiungere una misura della capacità di riassorbimento da parte dell'ecosistema degli scarti e dei rifiuti generati dal consumo delle risorse stesse. Se tale bilancio rivela un abuso delle risorse disponibili e della capacità di riproducibilità ecologica ci si trova in presenza di un comportamento insostenibile.

Vari sono i modelli elaborati per giungere ad una misura della sostenibilità sia a livello planetario sia riguardo ad aree circoscritte²; in generale tuttavia, le indispensabili approssimazioni e l'uso selettivo delle variabili esplicative portano a risultati ampiamente opinabili, tanto che le stesse informazioni possono servire a sostenere delle tesi diametralmente opposte come il lavoro di Lomborg (2003) ha dimostrato in modo sconcertante.

Come detto, oltre alla difficoltà di fornire una misura certa dell'insostenibilità ambientale, vi è anche la necessità di considerare gli altri aspetti riferibili agli interessi degli attori sociali. Si tratta, evidentemente, delle altre due dimensioni a cui si è fatto cenno poco sopra.

La sostenibilità economica fa riferimento agli esiti dei processi di produzione, distribuzione e redistribuzione delle risorse disponibili che risultano strutturalmente scarse. In generale l'attenzione è diretta verso problematiche connesse all'uso dei beni collettivi nei processi produttivi e all'efficienza nei processi allocativi della ricchezza.

La sostenibilità sociale attiene invece alle questioni di equità sociale tra singoli individui, tra gruppi e tra aggregati sociali più ampi.

In estrema sintesi si può affermare che "inglobare" nel ragionamento le dimensioni economica e sociale significa accettare l'idea che è sostenibile ciò che viene determinato dalla reciproca dipendenza dei vari attori che hanno un interesse legittimo nell'uso di determinate risorse (Savoja, 2005). In questo caso è facile rilevare un nesso diretto con il concetto di interdipendenza su cui si fonda la Stakeholder Theory (Freeman, 1984; Freeman, Gilbert, 1988); infatti proprio in base a questo principio si può concludere che la sostenibilità di una azione dipende dai soggetti i cui interessi legittimi sono in gioco in tale attività.

3. Un'ulteriore dimensione della sostenibilità della pratica turistica: la soddisfazione del consumatore-turista

Il turismo coinvolge, talvolta molto pesantemente a causa delle dimensioni dei flussi di visitatori, gli ecosistemi interessati. La rilevanza economica del turismo e le sue implicazioni ambientali e sociali legate alla mobilità spaziale di milioni di individui diventano gli ambiti elettivi per sperimentare e verificare differenti modalità di sviluppo sostenibile.

L'idea del turismo sostenibile come alternativa ad altre attività a più elevato impatto ambientale è stata (ed è) sovente considerata nei modelli di sviluppo di aree marginali o coinvolte in processi di riqualificazione funzionale. In questi casi, il turismo viene presentato come una "terza via" che si colloca tra modelli industriali di sfruttamento intensivo delle risorse e prospettive di definitiva marginalizzazione delle aree abbandonate alla mercé dell'espropriazione capitalistica delle materie prime.

Per questo il termine di turismo sostenibile si è affermato velocemente nell'immaginario collettivo ed oggi serve a definire molte "cose" differenti tra loro: da complesse strategie territoriali a spiccioli comportamenti di consumo turistico.

L'idea di turismo sostenibile deriva direttamente dai principi espressi dalla Commissione Brundtland e ribaditi durante il vertice di Rio de Janeiro del 1992.

Tre anni dopo Rio de Janeiro, si tiene il primo vertice mondiale sul turismo sostenibile da cui scaturisce la *Carta di Lanzarote* che rappresenta il primo documento pro-

grammatico per la sostenibilità delle pratiche turistiche³. In questo documento i principi base dell'Agenda 21 vengono declinati in chiave turistica e nello stesso anno l'ONU attraverso la sua emanazione settoriale, l'Organizzazione Mondiale del Turismo (WTO), definisce "l'Agenda 21 per l'industria del turismo" che costituisce una guida per lo sviluppo turistico sostenibile proponendosi come riferimento per gli operatori pubblici e privati del settore.

L'Agenda 21 per l'industria del turismo contiene 12 principi base per uno sviluppo sostenibile del turismo.

- I viaggi e il turismo devono essere orientati al conseguimento di una vita sana, attiva e in armonia con la natura.
- I viaggi e il turismo devono contribuire al mantenimento, alla tutela e al ripristino degli ecosistemi.
- I viaggi e il turismo devono basarsi su forme di modalità di produzione e forme di consumo sostenibili.
- Gli Stati devono cooperare allo sviluppo di un sistema economico aperto, nel quale il commercio internazionale di viaggi e di servizi turistici si fondino su criteri di sostenibilità.
- Viaggi, turismo, pace, sviluppo e protezione dell'ambiente sono elementi interdipendenti.
- Il protezionismo commerciale dei viaggi e dei servizi turistici deve essere soppresso o limitato.
- La tutela dell'ambiente deve essere un elemento costitutivo dei processi di sviluppo turistico.
- Le problematiche connesse allo sviluppo turistico devono essere affrontate con la partecipazione attiva dei cittadini coinvolti assumendo la dimensione locale nelle attività di pianificazione.
- Gli Stati devono informarsi reciprocamente in caso di catastrofi naturali che possono creare danni ai turisti o ad altre aree turistiche.
- I viaggi e il turismo devono essere organizzati in modo da utilizzare la loro capacità di creare occupazione soprattutto a favore delle donne e per la popolazione locale.
- Lo sviluppo turistico deve riconoscere e rispettare l'identità, la cultura e gli interessi della popolazione locale.
- L'industria dei viaggi e del turismo deve impegnarsi a rispettare la legislazione internazionale sulla tutela dell'ambiente.

A partire dall'Agenda 21 per il Turismo, negli anni seguenti si assiste ad una intensa produzione di documenti (Dichiarazioni, Carte, Raccomandazioni, Codici, ...) ⁴ il cui esame permette di individuare due tendenze generali.

La prima è il richiamo alla regolazione etica delle azioni turistiche; sono infatti continui i riferimenti a Codici Etici di Comportamento già esistenti o da definire⁵.

La seconda è quella che permette di isolare tre principi fondamentali del turismo

sostenibile costituiti dalla protezione delle risorse ambientali, dalla qualità dell'esperienza turistica, dall'equilibrio nei meccanismi di distribuzione della ricchezza prodotta dal turismo.

Secondo la WTO una gestione sostenibile del turismo è capace di “gestire le risorse in modo che le necessità economiche, sociali ed estetiche possano venire soddisfatte mantenendo al contempo l'integrità culturale, le caratteristiche fondamentali degli ecosistemi, la biodiversità e lo stile di vita delle popolazioni locali” (2002). Il traguardo della sostenibilità turistica è dunque multiplo e, pur con alcune specificità di rilievo, anche per il turismo si deve fare riferimento alle tre dimensioni generali dello sviluppo sostenibile (ambientale, economica, sociale)⁶.

Tuttavia, il turismo sostenibile sottende una ulteriore dimensione, dimensione che fa riferimento alle aspettative, ai bisogni ed ai desideri dei turisti. Questa dimensione della sostenibilità che può essere definita “turistica” è data dalla soddisfazione che un consumatore trae dalla fruizione di un bene turistico; essa non può venire ignorata soprattutto in quei processi di consumo turistico (come nel caso dell'ecoturismo) che trovano la loro ragione di essere anche nel coinvolgimento attivo del turista nelle iniziative di tutela e conservazione del bene. Quando la tutela del bene diviene un atto di consumo turistico il rapporto tra consumatore e oggetto di consumo muta: la relazione non è unidirezionale (dal consumo del bene il consumatore ricava la sua soddisfazione) ma diviene bidirezionale (dal consumo del bene il consumatore trae parte della sua soddisfazione che diviene completa – trasformando il turista in ecoturista – quando il consumatore assume un ruolo attivo nella tutela del bene da lui stesso fruito).

Rispetto alla sostenibilità turistica si deve introdurre la distinzione tra “capacità fisica” e “capacità percettiva” (Walter, 1982).

Se il primo concetto è chiaro e corrisponde ai limiti fisici di un luogo (una spiaggia o un museo non possono contenere un numero illimitato di visitatori ma nonostante ciò esistono altre migliaia di spiagge e di musei visitabili contemporaneamente da un numero “quasi” illimitato di turisti), la capacità percettiva rende più difficile l'applicazione dell'idea di scarsità ai beni turistici. Infatti, sebbene la spiaggia o il museo siano ancora fisicamente disponibili, quando risultano eccessivamente affollati essi non rappresentano più l'oggetto turistico che il visitatore si aspettava di trovare; in questo senso la capacità percettiva viene superata e si configura, in maniera simile alle situazioni derivanti dal superamento della capacità fisica, una situazione di insostenibilità.

Tale meccanismo tuttavia, funziona anche nel senso opposto; visto che i luoghi turistici sono concepiti come spazi pubblici, la presenza di altre persone costituisce un loro carattere costitutivo; in questo senso il turismo, per essere sostenibile (cioè in grado di soddisfare il consumatore-turista), richiede comunque la partecipazione di un certo numero di individui.

In effetti, il turismo è un consumo collettivo che non può prescindere dalla contemporanea presenza di altri turisti-consumatori. Da questo punto di vista parte di ciò che soddisfa i legittimi desideri di un turista è la presenza di altre persone che svolgono le sue stesse attività. Utilizzando il concetto di sguardo turistico si può dire che il turista

trova il significato della sua esperienza attraverso la presenza di altri turisti come lui (Urry, 1995). Si tratta di ciò che potrebbe essere definito (in contrapposizione con la ben nota *carrying capacity*) come “necessità di carico” al di sotto della quale il turismo può risultare ecologicamente sostenibile ma non esserlo dal punto di vista dei turisti (in quanto non in grado di rispondere alle loro esigenze ed aspettative e quindi incapace di soddisfarli) e neanche da un punto di vista economico (in quanto destinato a generare ritorni negativi degli investimenti) o sociale (in quanto, almeno in alcuni casi, non in grado di contribuire ad una più equa distribuzione delle risorse e di sconfinare le situazioni di marginalità delle comunità locali).

4. Ecoturismo e Stakeholder Model

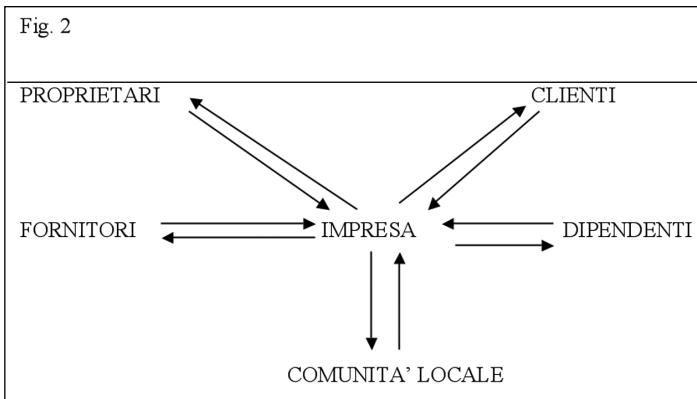
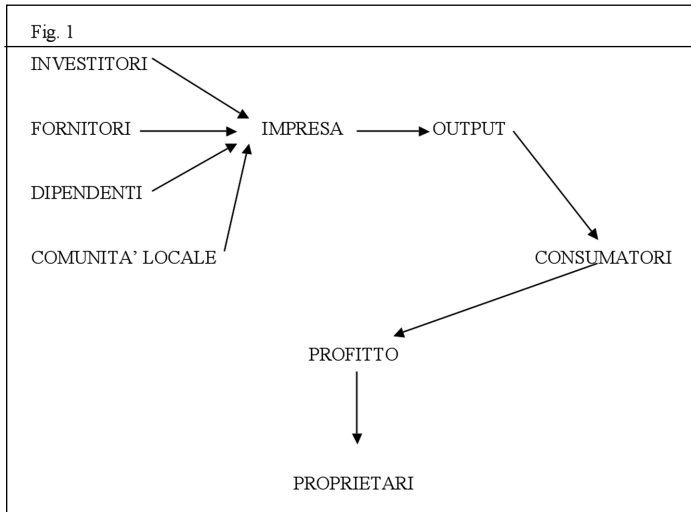
Come detto, per ecoturismo si intende la pratica turistica sensibile degli aspetti ambientali che al piacere di scoprire e di imparare a conoscere gli ecosistemi dotati di caratteristiche peculiari combina delle azioni concrete a favore della loro conservazione, azioni che prevedono specificamente il coinvolgimento attivo dell'ecoturista.

Tuttavia, l'ecoturismo è anche una attività economica in quanto esiste un'impresa che offre sul mercato un insieme di beni/servizi, per fare ciò impiega del personale, investe capitali finanziari, si rifornisce da altre imprese e si rivolge a segmenti di consumatori interessati a quel determinato “prodotto”.

Come noto, il modello degli stakeholder descrive la gestione d'impresa considerando la stessa come il mozzo di una ruota i cui raggi sono costituiti dai vari portatori di interesse legittimo. Questo modo di pensare l'impresa (Fig. 2) si contrappone al modello input-output che descrive il funzionamento delle imprese in un modello di economia capitalista (Fig. 1).

Nel modello degli stakeholder l'impresa non è un semplice operatore di mercato ma assume il ruolo di coordinatore degli interessi di tutti e delle energie che tutti impiegano per raggiungerli. In questo modello è implicito uno schema cooperativo dell'azione economica, schema che si fonda su obblighi di natura morale sia dell'impresa verso gli stakeholder sia di questi verso l'impresa. Tali obblighi hanno un fondamento normativo costituito da due principi cardine. Il primo è l'identificazione degli stakeholder in base ai loro interessi nell'impresa (indipendentemente dall'interesse funzionale dell'impresa stessa) e il secondo è il valore intrinseco degli interessi degli stakeholder, valore che è tale a prescindere dalla capacità dei singoli stakeholder di promuoverli (D'Orazio, 2006).

Se consideriamo il modello degli stakeholder applicandolo ad una ipotetica impresa che offre “prodotti” ecoturistici⁷ si può notare come il meccanismo “hub-spokes” non illustri compiutamente gli interessi in gioco. Nell'ecoturismo infatti esiste un “attore implicito” che è portatore di un interesse ma che è anche l'oggetto degli interessi degli altri attori: si tratta delle risorse naturali che rappresentano l'attrazione turistica. Ovviamente vi è l'interesse a mantenerle integre, tuttavia, contrapposto ad esso, vi è



(adattato da Bowie, 2002)

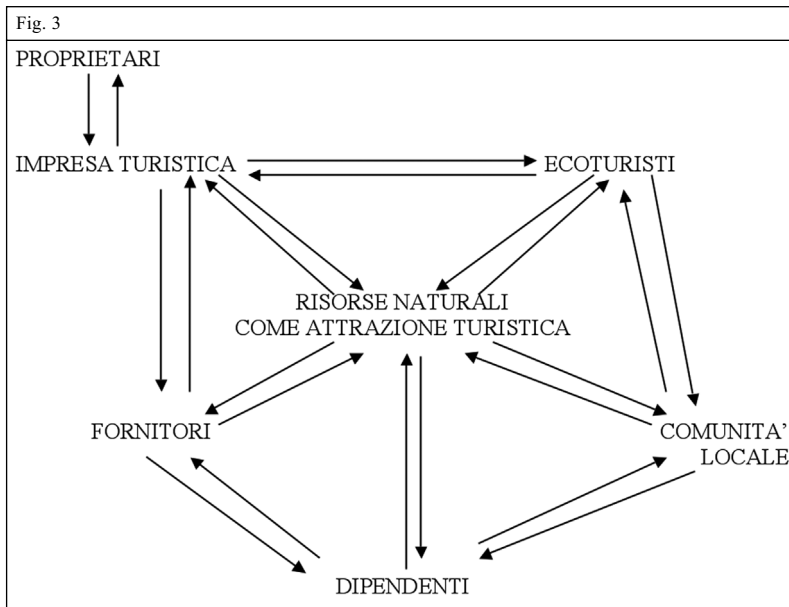
l'interesse a fruirle (seppur correttamente) per conoscerle, apprezzarle e poterle preservare attraverso azioni concrete (cfr. la definizione di ecoturismo fornita in precedenza).

L'“attore implicito” ha almeno due tipi di interessi in gioco; da un lato “mantenersi integro” per continuare ad essere un'attrazione turistica e dall'altro “aprirsi alla fruizione” per consentire una sua valorizzazione in quanto risorsa turistica.

Limitando, per semplicità, la considerazione ai cosiddetti stakeholder in senso stretto (Freeman, 1984) si può notare che il secondo tipo di interesse attribuibile all'attore implicito non è in carico, nella sua interezza, a nessun stakeholder ma è il risultato di un insieme di interessi specifici di cui sono portatori i vari stakeholder. Gli interessi alla fruizione, alla conoscenza, alla valorizzazione, alla tutela e all'utilizzazione ricadono, parzialmente, di volta in volta sui turisti, sulla comunità locale, sulle imprese della filiera.

Per questo il modello degli stakeholder (Fig. 2) non illustra il quadro in cui l'ecoturismo (e tutte le attività turistiche che vogliono mirare alla sostenibilità) deve essere pensato.

Occorre trasformare lo *stakeholder management* in *stakeholder democracy* (Zamagni, 2006), ovvero pensare ad un modello di governance in cui sono gli stessi portatori di interessi che, da partner, condividono e si fanno carico degli interessi dell'attore implicito. In questa ottica lo schema hub-spokes può essere riformulato (Fig. 3)⁸.



Posizionare al centro l'attore implicito costituito dalle risorse naturali come attrazione turistica presenta, con evidenza, delle difficoltà di un certo rilievo. Le principali sono la necessità di creare una "Autorità" in grado di rappresentare l'attore implicito e la scelta delle regole di rappresentanza dei vari stakeholder, vale a dire come è possibile considerare tutti gli stakeholder nell'"Autorità" di gestione. Inoltre ogni stakeholder dovrebbe specificare nel dettaglio gli interessi in gioco prima del processo di consumo turistico.

5. Stakeholders e Stakeholder Democracy. Opportunità e contraddizioni della partecipazione democratica nell'ecoturismo

Pur limitandosi alla categoria di stakeholder costituita dagli ecoturisti i problemi appaiono rilevanti.

In primo luogo gli ecoturisti/consumatori (perché questo sono) potrebbero essere molto numerosi, per cui è difficoltoso immaginare i meccanismi di rappresentanza.

In secondo luogo questi portatori di interesse possono essere suddivisi in almeno due categorie (ecoturisti attuali ed ecoturisti potenziali) con interessi in gioco sostanzialmente diversi. Infatti, se i primi sono coloro che già conoscono e fruiscono (con tutto ciò che consegue) l'attrazione turistica, i secondo sono coloro che potrebbero essere interessati a farlo in presenza di alcune condizioni, che non necessariamente sono funzionali agli interessi della prima categoria di ecoturisti.

Inoltre il successo di attività di consumo turistico "realmente" organizzate in base all'idea di *Stakeholder Democracy* rischierebbe di determinare un esito paradossale dato dalla progressiva trasformazione del "bene naturale collettivo inteso come attrazione turistica" in "bene naturale di club inteso come attrazione turistica".

In effetti la fruizione ecoturistica di una risorsa ambientale (che per sua stessa natura rappresenta un bene collettivo) determina l'aumento della escludibilità dello stesso. Come noto, la teoria dei *commons* illustra come un bene collettivo si trasforma in bene di club quando, pur a fronte di una sua difficile sottraibilità, è possibile con relativa facilità escludere dalla fruizione del bene stesso intere categorie di individui (Ostrom, Gardner, Walker, 1994).

L'ecoturismo, o meglio il suo successo, presenta proprio questa contraddizione: opera per difendere un bene collettivo ma tale operare ne determina la trasformazione in bene di club, in quanto la sua fruizione potrà essere "compresa" (e quindi generare soddisfazione che, come si è visto, è un elemento della sostenibilità turistica) solo da alcuni segmenti di turisti/consumatori.

L'ecoturismo si fonda sullo sviluppo di imprese turistiche di piccole dimensioni, gestite e controllate prevalentemente da membri della comunità locale ed armoniche con l'ambiente ed il contesto economico, sociale e culturale. La quantità di ecoturisti che accedono alle risorse fisiche, sociali e culturali della comunità locale deve essere controllata in modo che queste non vengano compromesse. Parallelamente i turisti devono possedere un grado di sensibilità tale da rendere le loro pratiche congruenti con gli obiettivi dell'ecoturismo (Martinengo, Savoja, 1999). In questo modo si valorizzano le potenzialità esogene di progettazione e gestione del proprio destino, secondo la concezione dello sviluppo turistico autocentrato che attribuisce una valenza positiva alla dimensione locale.

L'interesse dell'ecoturismo non risiede quindi in una sua positiva valutazione morale contrapposta ad un giudizio negativo da attribuire alle forme più consuete di turismo; piuttosto il suo interesse è dato dal capovolgimento delle logiche turistiche più diffuse e dal fatto che esso rappresenta un processo di consumo in cui la fruizione del turista è l'atto terminale non solo in senso cronologico.

In primo luogo infatti l'ecoturismo (e più in generale la ricerca della sostenibilità nelle attività turistiche) prevede una elevata "morale turistica" da parte degli stakeholder e, per questo, lo sviluppo del turismo sostenibile non può prescindere da iniziative di "formazione turistica" rivolte non solo agli operatori ma anche agli altri

attori implicati.

La presenza di vari stakeholder che devono concordare ed armonizzare i loro interessi rappresenta un problema di fondo derivante dalle asincronie nella crescita della coscienza turistica degli amministratori pubblici, degli operatori privati e dei turisti. Tali asincronie rendono difficoltosa la realizzazione di una forma di turismo che, pur attraente ed efficace sul piano teorico, può rapidamente degenerare non appena gli interessi in gioco diventano conflittuali o discordanti.

Per dirla con Luhmann (1989) si tratta dei problemi prodotti dalla “differenziazione funzionale dei sottosistemi sociali” e dalla scarsa “risonanza” che la sostenibilità produce negli stessi.

Tutelare un bene ambientale che rappresenta una attrazione turistica sulla base di semplici prescrizioni morali non è possibile. Non si può chiedere ai turisti di limitare autonomamente le visite ad un sito di pregio che si trasforma in attrazione di successo o fare appello ai sentimenti di un imprenditore turistico di limitare la sua attività venendo meno al proprio ruolo o ancora alle comunità locali delle aree interessate all’ecoturismo di accontentarsi della presenza di turisti poco numerosi e più interessati all’ambiente che ai consumi in cambio di benefici che indistintamente ricadono su tutta la collettività.

Occorre sottolineare che il successo dell’ecoturismo si fonda su una componente di rinuncia che interessa tutti gli stakeholder (e che risulta particolarmente estranea al ruolo di consumatore) e deve essere accettata all’unanimità, pena l’inefficacia delle iniziative.

La comunità locale, i dipendenti e le imprese della filiera turistica devono rinunciare a parte dei profitti potenzialmente ricavabili mentre i turisti devono rinunciare ad una serie di consumi che sono tipici del tempo turistico. Come detto, il passaggio a comportamenti turistici ecologicamente corretti presuppone per tutti gli attori un processo articolato di educazione, di informazione ed infine di formazione turistica che rappresenta la base del turismo sostenibile. Tuttavia proprio la necessità di portare a termine questo processo, che comporta la trasformazione di modelli culturali di consumo ed uso del tempo libero consolidati e attualmente dotati di valenze sociali positive, indica come una pratica turistica diffusa e contemporaneamente sostenibile sia ancora lontana o, perlomeno, sia proponibile solo a segmenti della popolazione dotati di un elevato capitale culturale, in grado di valutare come sopportabili i limiti imposti dalla sostenibilità in cambio del beneficio di una qualità ecologica della pratica turistica ben superiore a quella delle modalità di vacanza più comuni.

Tuttavia, la diffusione di questo tipo di turismo “alto” e necessariamente elitario, ha come conseguenza l’innesco di meccanismi di esclusione che appaiono contrari all’idea di gestione democratica delle risorse.

Limitandosi agli aspetti concreti di tali meccanismi di esclusione, due questioni appaiono assai rilevanti.

La prima riguarda i criteri oggettivi di esclusione. In una società liberista fondata su basi democratiche il turismo sostenibile si configurerebbe come una forma di turismo

intrinsecamente non accessibile a tutti e quindi deprecabile.

La seconda questione è complementare ed è connessa ai criteri di selezione turistica; evidentemente, se si esclude il costo, non è pensabile che gli operatori turistici possano stabilire dei criteri di selezione dei consumatori. Anche a questo livello, la creazione di una “Autorità” a tutela gli interessi dell’attore implicito rappresentato dalla risorsa naturale appare indispensabile. D’altra parte, qualsiasi criterio di selezione (anche quando fosse stabilito da una “Autorità” esterna e accettato in modo diffuso) comporta inevitabilmente la penalizzazione delle fasce più deboli della popolazione (i meno istruiti, i più anziani, i più marginali ed i più poveri non ancora saturi di soddisfazioni consumistiche) che sono le meno interessate alla qualità ambientale. In questo senso il turismo sostenibile sarebbe un traguardo elitario destinato a persone in grado di comportarsi in modo ecocompatibile anche praticando forme massificate di turismo.

Note

¹ L’ecoturismo si definisce come pratica turistica caratterizzata da spostamenti organizzati nell’ottica di minimizzare l’impatto ambientale, dalla visita a attrazioni naturalistiche relativamente poco frequentate al fine di godere, studiare ed apprezzare gli ecosistemi. Inoltre l’ecoturismo prevede specificamente la contemporanea promozione di pratiche attive di tutela dei beni ambientali che rappresentano l’attrazione ecoturistica e la distribuzione di sostanziali benefici alla popolazione locale (Holing 1991).

² Fra tutti si può ricordare il calcolo dell’impronta ecologica che costituisce un interessante tentativo di misurare la sostenibilità complessiva del Pianeta ma che viene anche impiegato per valutazioni riferite ad ambiti regionali (Wackernagel, Rees, 1996).

³ Si tratta della World Conference on Sustainable Tourism che si è tenuta a Lanzarote (Spagna) nell’aprile del 1995.

⁴ Solo per citare i più significativi: Dichiarazione della Conferenza Internazionale dei Ministri per l’Ambiente su Biodiversità e Turismo Sostenibile (Berlino, 1997), Global Code of Ethics for Tourism (Santiago del Cile, 1999), Carta Europea del Turismo Durevole (2000), Dichiarazione per l’Anno Internazionale dell’Ecoturismo (Quebec, 2002), Piano d’azione di Johannesburg sullo sviluppo sostenibile – art. 41 “Promozione e sviluppo del turismo sostenibile (2002), Dichiarazione di Djerba su Turismo sostenibile e cambio climatico (2003), Dichiarazione di Dakar per lo Sviluppo Sostenibile del Turismo (2005), UE, Guidelines for Tourism Sustainability in Europe (2006).

⁵ In particolare la Conferenza mondiale del WTO – Dakar 2005 – auspica la diffusione a livello planetario del Global Code of Ethics for Tourism dove accanto ai temi classici della sostenibilità appare con forza la necessità di tutelare i diritti dei minori attraverso il contrasto del cosiddetto turismo sessuale.

⁶ Non è questa la sede approfondire il tema, per questo sia consentito rimandare al cap. 3 di Savoja, 2005.

⁷ Anche in questo caso, non è possibile affrontare la questione della definizione di che cos’è un prodotto turistico. In effetti, a differenza di altri prodotti, quello turistico è un insieme complesso di prodotti/servizi solo parzialmente integrati tra loro e, non sempre, venduti dalla stessa impresa. Inoltre, ciò che il turista “compra” è solo parte di ciò che “consuma”. Ancora una volta sia consentito rimandare al

cap. 7 di Savoja, 2005.

⁸ Naturalmente, lo schema va considerato intendendo che gli stakeholder sono tra loro globalmente interdipendenti e non in modo parziale secondo una logica sequenziale come potrebbe indurre a pensare l'esemplificazione grafica proposta.

Bibliografia

- Bowie N. (ed.) (2002), *Business Ethics*, Oxford, Blackwell.
- Davico L. (2004), *Sviluppo sostenibile*, Roma, Carocci.
- Devall B., Session G. (1989), *Ecologia profonda*, Torino, Ed. Gruppo Abele.
- D'Orazio E. (2006), "Verso una teoria normativa degli stakeholder", *Notizie di Politeia*, XXII, n. 82.
- Fabris G.P. (2003), *Il nuovo consumatore verso il postmoderno*, Milano, Angeli.
- Freeman E. (1984), *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston, Pitman.
- Freeman E., Gilbert D. (1988), *Corporate Strategy and the Search of Ethics*, Englewood, Prentice-Hall.
- Hirsch F. (1981), *I limiti sociali dello sviluppo*, Milano, Bompiani.
- Holing D. (1991), *Earth Trips*, Los Angeles, Living Planet.
- Lomborg B. (2003), *L'ambientalista scettico*, Milano, Mondadori.
- Luhmann N. (1989), *Comunicazione ecologica*, Milano, Angeli.
- Martinengo M. C., Savoja L. (1999), *Il turismo dell'ambiente*, Milano, Guerini.
- Pearce W., Turner K. (1993), *Economia delle risorse naturali e dell'ambiente*, Bologna, Il Mulino.
- Pellizzoni L., Osti G. (2003), *Sociologia dell'ambiente*, Bologna, Il Mulino.
- Ostrom E., Gardner R., Walker J. (1994), *Rules, Games & Common-Pool Resources*, Ann, University of Michigan Press.
- Rist G. (1997), *Lo sviluppo*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Savoja L. (2005), *La costruzione sociale del turismo*, Torino, Giappichelli.
- Urry J. (1995), *Lo sguardo del turista*, Roma, SEAM.
- Wackernagel M., Rees W. (1996), *L'impronta ecologica*, Milano, Ed. Ambiente.
- Walter J. (1982), "Social Limits to Tourism", *Leisure Studies*, n. 1.
- WCED (1988), *Il futuro di noi tutti*, Milano, Bompiani.
- WTO-OMT (2002), *Desarrollo sostenible del turismo: una compilación de buenas prácticas*, Madrid, OMT.
- Zamagni S. (2006), "Responsabilità sociale dell'impresa e Democratic Stakeholding", *Notizie di Politeia*, XXII, n. 82.